

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CAMPUS PROF. FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANDRÉIA RODRIGUES SOARES

AS ORGANIZAÇÕES E A ÉTICA NAS RELAÇÕES DE TRABALHO: Um
estudo na rede de Lojas Tropical no estado de Rondônia

Trabalho de conclusão de curso
Artigo Científico

Andréia Rodrigues Soares

**AS ORGANIZAÇÕES E A ÉTICA NAS RELAÇÕES DE TRABALHO: Um
estudo na rede de Lojas Tropical no estado de Rondônia**

Artigo apresentado à Fundação
Universidade Federal de Rondônia –
UNIR – *Campus* Prof. Francisco
Gonçalves Quiles, como requisito parcial
para Conclusão de Curso de Bacharel em
Ciências Contábeis sob a orientação da
Prof^ª. Dr^ª. Estela Pitwak Rossoni.

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CAMPUS PROF. FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

O Artigo intitulado “AS ORGANIZAÇÕES E A ÉTICA NAS RELAÇÕES DE TRABALHO: Um estudo na rede de Lojas Tropical no estado de Rondônia”, elaborado pela acadêmica, Andréia Rodrigues Soares foi avaliado pela banca examinadora em _____ de 2017, tendo sido _____.

A orientadora é a professora Dr^a. Estela Pitwak Rossoni.

Profa. Dr^a. Estela Pitwak Rossoni.
Presidente da Banca

Profa. Ma. Andréia Duarte Aleixo
Membro da Banca

Profa. Ma. Daeane Zulian Dorst
Membro da Banca

Nota

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Fundação Universidade Federal de Rondônia
Gerada automaticamente mediante informações fornecidas pelo(a) autor(a)

S676o Soares, Andréia Rodrigues.

As organizações e a ética nas relações de trabalho: Um estudo na rede de Lojas Tropical no Estado de Rondônia - Pesquisa de Campo / Andréia Rodrigues Soares. -- Cacoal, RO, 2017.

30 f. : il.

Orientador(a): Prof.^a Dra. Estela Pitwak Rossoni

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Fundação Universidade Federal de Rondônia

1. Empresa. 2. Ética empresarial. 3. Código de ética. 4. Responsabilidade social. I. Rossoni, Estela Pitwak. II. Título.

CDU 174.4

Bibliotecário(a) Leonel Gandi dos Santos

CRB 11/753

AS ORGANIZAÇÕES E A ÉTICA NAS RELAÇÕES DE TRABALHO: Um estudo na rede de Lojas Tropical no estado de Rondônia

Andreia Rodrigues Soares¹

RESUMO:

Os códigos de ética empresariais, cada vez mais, têm se tornado fonte de interesse das organizações que buscam um meio de influenciar o comportamento ético dos indivíduos. Este trabalho teve como objetivo geral analisar as práticas convencionadas nos códigos de conduta ética que têm contribuído para a melhoria das relações de trabalho na rede de Lojas Tropical. Para atingir tal objetivo foi realizada uma pesquisa exploratória, descritiva com abordagem qualitativa. Os dados foram coletados com uso de um questionário semiestruturado. Foram pesquisados 12 funcionários, 5 (cinco) gestores e 7 (sete) colaboradores que fazem parte da rede de Lojas Tropical das cidades de Cacoal, Vilhena, Guajará Mirim, Porto Velho e Ji-paraná, no período de 11 de setembro até 6 de outubro de 2017. Com base nas respostas dos 12 respondentes aplicou-se para as questões fechadas a análise de frequência e moda, enquanto que para as questões abertas, utilizou-se a análise de conteúdo categórica. Identificou-se que os gerentes e colaboradores da organização pesquisada conhecem o código de ética instituído na empresa e percebem algumas vantagens na aplicação desse código como incentivar as denúncias, estimular o comprometimento dos funcionários, influenciar comportamentos éticos dentro e fora da empresa, auxiliar nas resoluções de conflitos, coibir os maus comportamentos e esclarecer aos indivíduos os deveres, obrigações e suas consequências. Os pesquisados acreditam que o código de ética tem contribuído nas relações de trabalho, como um meio de tornar as regras da empresa claras e objetivas, dessa forma definindo atitudes que consideram corretas e erradas e servindo de norte para bons comportamentos.

PALAVRAS-CHAVE: Empresa. Ética empresarial. Código de ética. Responsabilidade social.

1 INTRODUÇÃO

Ética são princípios e valores de condutas que os indivíduos e grupos possuem que marcam o limite da convivência. A ética instrui as decisões, julgamentos e avaliações. A Ética nasce na própria realidade humana, ou seja, o ambiente em que se vive. Desta maneira, o ambiente de trabalho, no qual se convive grande parte do dia, se desenvolve em uma série de escolhas para tomadas de decisões e de práticas de virtudes, que são os valores transformados em ação. (CORTELLA, 2013; ARRUDA, WHITAKER & RAMOS, 2003).

Tende a crescer a consciência pessoal e organizacional de que a ética é um diferencial, ao invés de tratá-la com indiferença. A ética tem sido incluída em planos estratégicos empresariais e, em alguns casos, faz parte até mesmo das metas a serem atingidas pelas equipes de trabalho, pois os líderes empresariais entenderam que a ética agrega valor a imagem da empresa. Portanto considera-se uma empresa ética aquela que adota uma postura

¹ Acadêmica concluinte do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Rondônia – Campus Francisco Gonçalves Quiles, com Trabalho de Conclusão de Curso elaborado sob a orientação da Professora. Dr^a. Estela Pitwak Rossoni.

honesto como estratégia de negócios, com todos seus públicos. Engloba-se nesse grupo: clientes; fornecedores; sócios; funcionários; governo e a sociedade como um todo (WHITAKER, 2003; MARTON, 2003; ROCHA, 2009; TELLES, 2008).

Nesse contexto ético, distinguem-se dois grandes planos de ação que são visto como desafio para as organizações: por um lado na perspectiva de seus valores para o exterior, fala-se em responsabilidade social, incentivo ao trabalho voluntário, respeito ao meio ambiente e outros. Por outro lado, no ponto de vista de seu público mais próximo, como executivos, empregados, colaboradores, fornecedores, dedicam-se esforços para a criação de mecanismos que garantam um modo ético de operar, como os códigos de ética, respeitando sempre a filosofia e os princípios da organização (WITAKER, 2003).

Diante disso, a problemática deste estudo buscou responder como a aplicação das práticas convencionadas nos códigos de conduta ética têm contribuído para a melhoria das relações de trabalho na rede de Lojas Tropical. Os aspectos que levam à relevância desse estudo estão voltados para a necessidade de se estabelecer padrões de comportamentos éticos e programas de ética dentro das empresas, visto que as empresas são grandes influenciadoras de comportamentos e que, tais comportamentos, refletem na sociedade. Também considera-se importante para o setor administrativo das empresas pois irá salientar as vantagens de ser uma empresa ética, não apenas para o fortalecimento da imagem, mas para proporcionar resultados melhores e um ambiente mais agradável para seus colaboradores.

Quanto aos procedimentos necessários para realização da pesquisa foi adotada uma pesquisa de natureza exploratória, descritiva, guiada por abordagem essencialmente qualitativa, porém utilizando de estatística descritiva. Realizou-se também uma pesquisa bibliográfica, documental e de campo.

Os dados da pesquisa mostram que os gestores e colaboradores da organização pesquisada demonstram conhecer o código de ética instituído na empresa e identificam algumas vantagens na aplicação desse código como incentivar as denúncias, estimular o comprometimento dos funcionários, influenciar comportamentos éticos dentro e fora da empresa, auxiliar nas resoluções de conflitos, coibir os maus comportamentos e esclarecer aos indivíduos os deveres, obrigações e suas consequências. Também acreditam que o código de ética tem contribuído nas relações de trabalho, como um meio de tornar as regras da empresa claras e objetivas, dessa forma definindo atitudes que consideram corretas e erradas e servindo de norte para bons comportamentos, permitindo assim, que os objetivos desta pesquisa fossem alcançados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica está estruturada em três partes. A primeira parte destina-se a tratar sobre conceitos relacionados à Ética e suas principais correntes filosóficas e a Ética empresarial. A segunda parte versa sobre relações de trabalho e o código de ética. A terceira parte destina-se a abordar sobre a responsabilidade social nas empresas.

2.1 A ÉTICA E PRINCIPAIS CORRENTES FILOSÓFICAS

A palavra ética originou-se na Grécia antiga que se deriva do termo *ethos*, que significa o caráter, o modo de ser de um indivíduo ou de uma comunidade. Considera-se então, *ethos*, sinônimo de ética, sendo um conjunto de valores e princípios dos costumes humanos, pessoais e sociais (BOFF, 2010), tendo como objetivo a busca do bem estar dos indivíduos.

Embora a ética seja um termo conhecido e comumente mencionado desde a Grécia antiga, falar sobre ética não é tarefa fácil, visto que há divergência de opiniões sobre seus conceitos entre os estudiosos, o que torna o tema complexo, no entanto, utilizam-se na figura 1 as definições sobre ética e moral defendidas pela maioria dos estudiosos dessa importante ciência do conhecimento:

<ul style="list-style-type: none"> ▪ A palavra ética contém dois significados fundamentais: parte que integra a ciência da filosofia e um aglomerado de regras. É um estudo que avalia as condutas sob a ótica do bem e do mal, de acordo com os critérios da moral. Também um conjunto de regras que fazem com que as ações humanas sejam adaptáveis com a convicção do bem e da moral (MOREIRA, 2002).
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A moral é o “conjunto de princípios, normas e valores que cada geração transmite à geração seguinte, na confiança de que, trata-se de um bom legado de orientações sobre o modo de se comportar para viver uma vida boa e justa”. Todavia, a ética é a ciência que promove reflexão dos atos morais (CORTINA; MARTINEZ, 2005, p. 20).
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ética é definida como a filosofia da moral, ou a divisão da filosofia que abrange o estudo do modo como devem viver os homens. Este conceito se concentra nas questões que envolvem o correto e o impróprio. Enquanto a moral envolve as práticas de viver conforme as próprias crenças, a ética é o estudo do porquê de serem morais ou imorais tais práticas (GRENZ; SMITH, 2005).
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A ética é um torso universal de sabedorias que faz uma reflexão crítica sobre a moralidade e tem por objetivo tornar compreensíveis os fenômenos morais, enquanto a moral tem relação com o tempo e o espaço (SROURS, 2005).
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A moral enquanto norma de conduta relaciona-se a casos particulares e habituais que não ultrapassam esse nível, considerando que a moral normatiza e direciona a prática dos indivíduos, e a ética teoriza sobre as condutas, estudando as concepções que estruturam a moral. O primeiro se mostra como objeto e o segundo como ciência. Por esse motivo, entende-se que a ética é a ciência da moral (PASSOS, 2006).
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A ética é a ciência da moral e não deve ser confundida com o mundo moral que se caracteriza como seu objeto. Tal pensamento é divergente de outros autores, pois salienta que a função fundamental da ética não é ditar normas e princípios, mas considera a ética como uma teoria que investiga diversos comportamentos dos homens (VÁZQUEZ, 2010).
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Os termos “moral” e “ética” se confundem, mas não devem ser considerados sinônimos, porque não o são. Enquanto a “moral” são normas que orientam os comportamentos individuais, com o próximo e também com a natureza, a “ética” é a reflexão ou saber sobre o <i>ethos</i> e também uma avaliação crítica da moral (TRASFERETTI, 2011).

- Ética é expressão racional, livre e também responsável, que pode ser moral quando o indivíduo direciona seus atos pelos valores que possui interiorizados, tendo em vista que a ação humana pode ser legal sem ser moral, por exemplo, quando se orienta por uma regra que o obriga a agir de determinada forma, sem acreditar ou concordar com ela. Outra alternativa, seria o ato humano ser moral e também legal, quando se acredita e ao mesmo tempo respeita determinada lei (ROSSONI, 2013).

Figura 1 – Conceitos e distinções sobre a ética e a moral

Fonte: Elaborado com base nos autores citados

Neste contexto, considera-se importante abordar também na figura 2 sobre as principais correntes filosóficas da ética, que são três: a utilitarista, a kantiana e a aristotélica.

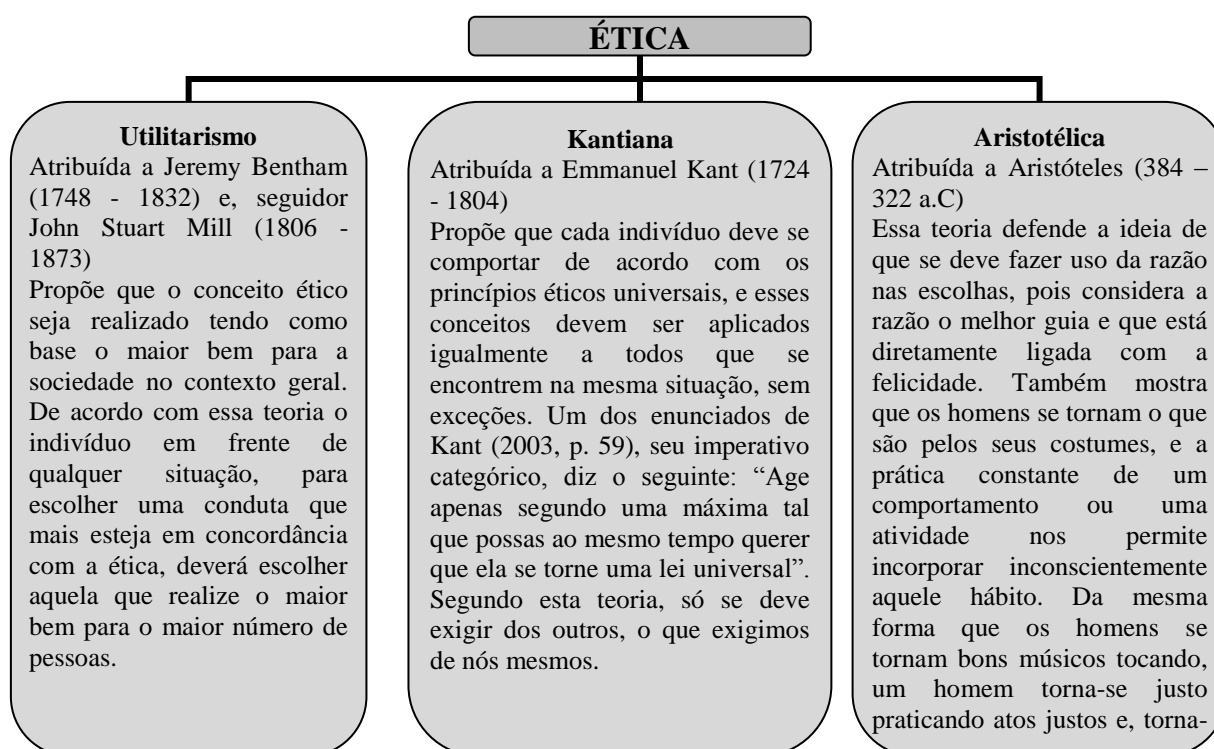


Figura 2 - Principais Correntes filosóficas da ética

Fonte: Souza (2011); Aristóteles (2007); Kant (2003); Barbieri; Cajazeira (2009).

As questões éticas sempre constituíram parte do pensamento filosófico desde as origens da filosofia. Por não haver ainda um saber científico sobre os diversos segmentos da realidade humana, a filosofia se manifestava e se estabelecia como saber total (VÁZQUEZ, 2010).

2.2 ÉTICA EMPRESARIAL

Nos últimos anos surgiu grande interesse pela ética nas sociedades e consequentemente também nas empresas. E estas lidam com clientes cada vez mais exigentes,

porque já não satisfaz a população saber que uma empresa produz produtos de qualidade, ou que prestam bons serviços, vez que elas demonstram muito interesse em tomar conhecimento de suas responsabilidades sociais e éticas (NALINI, 2013).

Devido à grande responsabilidade de tomar decisões que definem o futuro da organização, estas procuram adotar posturas responsáveis que não desprestigiem a reputação da empresa, vez que as decisões empresariais não são inofensivas, insignificantes ou isentas de consequências, pois carregam um grande poder de irradiação pelos efeitos que provocam. Sendo assim, essas decisões atingem todos os públicos que têm interesse na empresa, tanto interno quanto o externo, os chamados *stakeholders* (SROUR, 2003).

Até os anos 50 o termo ética empresarial não era conhecido, pois ainda não fazia parte da linguagem comum da sociedade. A primeira tentativa de impor comportamentos éticos nas empresas foi do Papa Leão XIII com sua encíclica *Rerum Novarum* (1891), cujos princípios reconheciam o respeito aos direitos e à dignidade dos indivíduos nas relações de trabalho. Já nos anos 60, o agir ético dentro das empresas, tornou-se um assunto de grande relevância, a partir do que surgiram diversas leis com intuito de exigir das empresas comportamento ético em todas as suas relações (MOREIRA, 2002).

A expressão ética empresarial foi idealizada para designar a ética nas empresas que buscam a lucratividade. Desta forma surge também a expressão ética nos negócios. As duas expressões, ética empresarial e ética nos negócios serão utilizadas como sinônimos de ética organizacional, por abranger todas as práticas éticas dentro de qualquer tipo de organização, que tem como objetivo favorecer o agir correto dos indivíduos (HUMBERG, 2008).

A ética empresarial é vista como o comportamento da empresa – entidade lucrativa – quando ela age em conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceitas pela coletividade (MOREIRA, 2002). Trata-se também de uma definição clara de posturas que as empresas juntamente com seus colaboradores adotam, a partir de seus dirigentes. Ademais, baseia-se em conceitos morais, porém se diferencia pela sua característica utilitária. Além disso, não se refere a conceitos filosóficos idealizados, mas de determinar procedimentos para o cotidiano da empresa (HUMBERG, 2006).

A ética empresarial deve ser adotada por todos os colaboradores que fazem parte da empresa desde os cargos mais elevados (como os gerenciais) até os cargos menos expressivos. Tendo em vista que as práticas consideradas não-éticas, em longo prazo, são autodestrutivas, em nível pessoal e também organizacional, pensar em ética apenas como estratégia de

marketing não traz efeitos em longo prazo. Empresas que não tem a prática dessas posturas, estão sujeitas a perder a credibilidade e a confiança de seu público (MORRIS, 1998).

Portanto não se define o valor das empresas somente pelos seus ativos materiais, avaliam-se também os ativos intangíveis, como as competências desenvolvidas, o patrimônio intelectual, bem como a reputação e a imagem da empresa, pois um deslize no âmbito moral seria suficiente para por em perigo todo esse patrimônio, principalmente a parte mais vulnerável, que é a reputação (SROUR, 2005). Ressalta-se a respeito, que as reputações se constroem, mas também podem ser facilmente demolidas, como é possível observar por exemplos recentes de empresas que não cuidaram de sua credibilidade e foram eliminadas do mercado (NALINI, 2013).

Investir em ética então deixa de ser apenas um meio de propagar uma boa imagem, e se configura uma forma de sobrevivência, empresas e administradores percebem que a ausência de ética e a busca apenas de interesse próprio põem em risco a sobrevivência das empresas, e, conseqüentemente, dos seus próprios empregos; é o instinto de sobrevivência pesando mais que teorias aprendidas nas escolas (SUNG, 1995). Logo, o assunto ética, deve ser tratado com interesse por todos envolvidos, uma vez que, suas práticas influenciam de forma direta o futuro das empresas e de seus colaboradores.

Se o grupo no qual o indivíduo for inserido não adotar comportamentos éticos, este conseqüentemente sofrerá forte pressão para se comportar da mesma maneira, pois é trabalhoso nadar contra a correnteza, principalmente durante muito tempo (MORRIS, 1998). Da mesma forma, a empresa que adota condutas éticas no seu ambiente de trabalho, também influencia o comportamento dos demais, pois a conduta ética gera uma visão de perspectiva que resulta em um natural desejo de tomar iniciativas para atender às necessidades da empresa e dos indivíduos que nela convivem, demonstrando sensibilidade ética (ARRUDA *et al.* 2003).

Certamente o objetivo de toda empresa é a obtenção de lucro, sobre o que Camargo (2006, p. 75) considera um dos pecados da organização a busca desenfreada do dinheiro e o crescimento no mercado, como se nada, além disso, tivesse importância “como a pessoa que não se contenta a comer o que é seu, mas sempre está com os olhos na comida do próximo”.

Em um grande número de empresas o pensamento é limitado aos lucros, não levam em conta a vida dos funcionários, suas necessidades sociais, a confiança da comunidade, o ambiente natural, enfim, todas essas preocupações e os seus valores acabam suplantados pelo

valor do dinheiro, o que pode configurar em resultados desastrosos para a empresa (MORRIS, 2008).

Todavia, a atitude ética empresarial não quer dizer abrir mão do lucro, mas optar pelo ético e correto. É possível reconhecer a dimensão ético-social do lucro, na oferta de empregos, em investimentos sociais, na prestação de serviços entre outros (PASSOS, 2006).

O bem externo promovido pela organização não deve ser apenas uma forma de manipular a opinião pública. Uma empresa que não tem a ética como pilar ou que tenha uma liderança amoral que pratica “boas ações” para fazer estratégia de *marketing*, é considerada muito pior por seus funcionários e clientes pela sua dissimulação. A honestidade acaba saindo mais em conta que a dissimulação, a esperteza e os processos duvidosos, que desencadeiam muitas vezes em ações na justiça e em indenizações (MASIP, 2002). Uma boa empresa começa de dentro para fora, no tratamento dos funcionários, em seus acordos comerciais e nas suas decisões do dia-a-dia. Tendo em vista que tudo que acontece dentro da organização reflete externamente (MORRIS, 1998).

O comportamento ético das empresas é a única forma de alcançar o lucro com respaldo da moral, o que deveria ser razão suficiente para convencer uma empresa a agir com ética. Mas, se pode elencar ainda outras razões, como mostra a figura 3:

✓ Custos menores	Uma empresa ética incorre em custos menores do que uma antiética. A empresa ética não faz pagamentos irregulares, ou imorais, como subornos, compensações indevidas e outros.
✓ A possibilidade de avaliar com precisão o desempenho de sua estrutura,	Por não fazer esses pagamentos irregulares, a empresa consegue colocar em prática uma avaliação de desempenho de suas áreas operacionais, mais precisa do que a empresa antiética.
✓ Legitimidade moral para exigir comportamento ético dos empregados,	Ao estabelecer como regra e exercer a conduta ética, a empresa coloca-se em posição de exigir o mesmo de seus empregados e administradores. E assim cobrar mais lealdade e dedicação.
✓ A geração de lucro livre de contingência,	A atuação ética faz com que a empresa respeite o direito de terceiros. Desta maneira o lucro gerado não fica sujeito a contingências futuras, como, por exemplo, condenações por procedimentos indevidos.
✓ A obtenção de respeito dos parceiros comerciais,	Os procedimentos éticos facilitam e consolidam os laços de parceria empresarial, seja com clientes, fornecedores, ou ainda com sócios efetivos ou potenciais.
✓ O cumprimento de dever inerente à responsabilidade social da organização.	A prática ética está inserida no rol dos deveres relativos à responsabilidade dos agentes econômicos. Entende-se que a empresa é responsável por ajudar a melhorar a sociedade da qual obtém o lucro. Não se trata de uma responsabilidade somente material, mas também abstrata, ligada à adoção e prática dos preceitos éticos.

Figura 3 – Algumas razões para a empresa ser ética

Fonte: Adaptado de Moreira (2002)

O comportamento ético da empresa é esperado e também exigido pela sociedade. Hoje por meio da globalização, os consumidores são mais bem informados e se fidelizam àquelas

marcas e organizações que lhes dão razões para confiar (NALINI, 2013). Nota-se que a empresa que demonstra boas posturas têm inúmeras vantagens, além de influenciar positivamente o comportamento dos demais.

2.3 RELAÇÕES DE TRABALHO E O CÓDIGO DE ÉTICA

As organizações são um conjunto de pessoas que ajustam seus próprios esforços e outros meios para atingirem seus propósitos em comum (MAXIMIANO, 1997), porém, empresas não são apenas um aglomerado de pessoas já que se constituem como sistemas de tomada de decisões, de compromissos, responsabilidades, relacionamentos e objetivos, envolvendo-se assim de características pessoais (MATTAR NETO, 2010).

Em qualquer tipo de organização os indivíduos tomam suas decisões e agem independentemente dos cargos que exercem. Isso afeta os outros indivíduos, grupos e seguimentos inteiros de uma sociedade (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009). No ambiente de trabalho se encontram pessoas com as mais variadas formações culturais, experiências sociais e opiniões divergentes sobre os acontecimentos da vida (MOREIRA, 2002).

Pode-se encontrar neste mesmo ambiente, uma imensurável e ilimitada diversidade de aspectos do ser humano. Encontram-se pessoas na vida e nas empresas que são, por exemplo, ou como um Nero ou um São Francisco de Assis, uma Cleópatra ou uma Madre Teresa, um Hitler ou um Martin Luther King etc., ou seja, pessoas das quais não se conhecem seus precedentes éticos (CAMARGO, 2006).

Diante da necessidade de se estabelecer padrões de condutas dentro das organizações e para que os objetivos em comum entre empresa e colaboradores sejam alcançados, decide-se adotar uma postura ética como política da empresa, por meio da implementação dos códigos de conduta que servem como guia nas relações de trabalho (ANDRADE, 2011).

Para o Instituto Brasileiro de ética nos negócios, o código de ética é definido como a afirmação do conjunto de direitos, deveres e responsabilidades empresariais para como os *stakeholders*, que trata da cultura, dos princípios e dos valores que guiam as ações de seus dirigentes, executivos e colaboradores. Por isso, destaca-se a importância de tornar público os códigos de conduta, pelo entendimento de que permitem que todos *Stakeholders* conheçam as intenções e os objetivos de uma organização (ANDRADE, 2011).

O código de ética tem como missão oficializar e padronizar a percepção da organização empresarial em seus relacionamentos e suas operações. A existência desse código

impede que os julgamentos subjetivos distorçam, dificultem ou limitem a aplicação plena dos princípios. Além disso, o código de ética pode servir como prova legal de que a empresa se propôs a seguir os padrões e preceitos nele estabelecidos (MOREIRA, 2002).

Também é um meio de mostrar aos colaboradores e para o público externo o que a empresa tem como missão, visão e valores e uma forma de direcionar a tomada de decisões da empresa e reforçando seu compromisso com a sociedade. Portanto, o código de ética não deve ser mantido internamente, tendo como aspecto apenas o caráter proibitivo porque os códigos de conduta ética não têm a pretensão de resolver os problemas éticos da organização, mas disponibilizar critérios e diretrizes para que as pessoas descubram maneiras éticas de se comportar. Desta forma, o código de ética dentro das organizações cumpre um importante papel de orientar o agir ético (ARRUDA; WITAKER; RAMOS, 2003).

Os códigos de ética são baseados nas expectativas que as empresas têm em relação aos comportamentos morais das pessoas dentro e muitas vezes fora do ambiente de trabalho. Comportamentos estes que não devem colidir, mas estar de acordo com os princípios instituídos dentro da empresa. São ferramentas gerenciais eficazes, se a empresa demonstrar devido cuidado à cultura organizacional e ao desenvolvimento da competência ética (TELLES, 2008).

Pode-se considerar um excelente aliado nas relações de trabalho, entretanto, não é suficiente instituir um guia de conduta ou exibi-lo nas salas de recepção; é necessário que este documento reflita na vida das pessoas que fazem parte da empresa, desde a alta administração até o chão da fábrica, porque a ética não está na empresa ou no guia de conduta imposto, mas sim na excelência das pessoas que a representam e vivem os princípios e valores amparados em seu código de ética (WITAKER, 2008).

É essencial que a mais alta hierarquia da empresa não só torne explícito o apoio a esse código, como também demonstre, nitidamente, atuar de acordo com o seu conteúdo. Nada mais desastroso do que distanciar a prática do discurso. Outro aspecto fundamental é que os representantes de cada setor da empresa façam parte da criação ou atualização do código de conduta ética, por meio de discussões, coleta de opiniões e consulta de exemplares aprovados por outras empresas, ou seja, trata-se de um trabalho coletivo (NALINI, 2013).

Há certos receios de algumas empresas no momento de adotar uma estratégia de codificação moral, alega-se que elencar condutas antiéticas envolve um risco, pois, tudo aquilo que não estiver exatamente tipificado nos códigos de ética escapa ao rótulo e passa a ser eticamente permitido. Por esse motivo há alguns questionamentos por parte das

organizações e algumas deixam de adotar tal estratégia, e continuam agindo de forma individual em questões éticas ou adotam aquela regra dourada ‘aja com os outros como você gostaria que agissem com você’ (NALINI, 2013).

A maneira de fazer o código de ética de uma organização ser cumprido consiste em determinar um Programa de ética constituído por cinco elementos, conforme a figura 4:

• Treinamento	Treinamento de implantação e reciclagens (no mínimo anuais) dos conceitos constantes do código;
• Revisão de práticas	Prática de um sistema de revisão e verificação do devido cumprimento;
• Canal de comunicação	Criação de um canal de comunicação destinado a receber e a processar relatos de pessoas (empregados ou não) sobre eventuais violações;
• Punições	Tomada de atitudes corretivas ou punitivas (inclusive com demissões, quando for o caso, ou rescisões de contrato com agentes) em caso de constatações de violações.
• Combate ao concorrente antiético.	Luta clara contra os concorrentes antiéticos, inclusive em juízo, se necessário, com divulgação interna das ações e resultados.

Figura 4 – Programa de ética.

Fonte: Moreira (2002, p. 34)

O Instituto Ethos (2000, p. 18-29) e o Instituto Brasileiro de Ética nos negócios (2009, p. 54) enumeram alguns aspectos importantes a serem considerados no momento de constituir um código de ética nas empresas socialmente responsáveis, que servem de exemplo para qualquer tipo de organização, considerando suas peculiaridades (ANDRADE, 2010).

Essas propostas estão expostas na figura 5.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS	INSTITUTO ETHOS
<ul style="list-style-type: none"> • Missão e visão da empresa. • Princípios e valores da empresa. • Princípios éticos gerais. • Princípios gerais de justiça e equidade no relacionamento com os <i>stakeholders</i>. • Gestão, tratamento, respeito e preservação do meio ambiente. • Gestão de sustentabilidade. • Normas e padrões de comportamento da empresa e de seus colaboradores. • Organismos internos para reportar alguma desconformidade ao código. • Procedimentos e padrões de atuação e controle (órgãos internos). 	<ul style="list-style-type: none"> • Relações com os acionistas: <ul style="list-style-type: none"> ▪ O respeito aos acionistas minoritários. • Relações com os funcionários: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recrutamento e seleção – valorização da diversidade; ▪ Relações hierárquicas; ▪ Privacidade: Da empresa em relação ao funcionário; Do funcionário em relação à empresa. ▪ Avaliação e promoção; ▪ Demissão. • Relações com os clientes. • Relações com os fornecedores. • Relações com os concorrentes. • Relações com a esfera pública: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Órgãos arrecadadores e de fiscalização; ▪ Agentes públicos e políticos. • Relacionamento com o meio ambiente. • Relacionamento com a comunidade – ações filantrópicas

Figura 5– Sugestões de conteúdos para o código de ética

Fonte: ANDRADE (2010, p. 85), com base em Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios e Instituto Ethos

O conteúdo de um código de ética é formado de um conjunto de políticas e práticas específicas, que abrange os campos mais vulneráveis. Este material é agrupado em um relatório de fácil entendimento para que possa circular de forma adequada entre todos os interessados. Depois de aprimorado com sugestões e críticas com a participação de todos os envolvidos o relatório dará origem a um documento que servirá de modelo padrão para determinados comportamentos, tornando transparentes as responsabilidades (WHITAKER; ARRUDA, 2007).

Assim o conteúdo depende das características de cada organização. O ideal é que o código de ética leve em conta mais do que o relacionamento entre empregados com empresa, deve se considerar as relações com todos os públicos, também as situações que envolvam empresa e comunidade, a mídia, o governo e os *stakeholders* (NALINI, 2013).

2.4 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

As variações climáticas e os problemas sociais têm sido usados como argumento para reivindicar das organizações – ONG's, empresas e governo – a proposta de soluções. A Responsabilidade social empresarial foi a maneira encontrada pelas empresas para responder a este apelo. O que torna esse assunto um elemento de grande relevância na gestão dos negócios. Mas apesar de muito falada, poucos entendem o que é a Responsabilidade social (CARDOSO, 2008).

A responsabilidade social refere-se ao ato de cumprir as obrigações e os deveres dos indivíduos e das empresas para com a comunidade e sociedade em geral. Alguns sociólogos acreditam que se trata de uma forma de retribuição aos locais, em razão dos impactos provocados, como por exemplo, para a instalação da empresa (DELBONO, 2016).

É uma forma de gestão por meio da qual o empresário busca um resultado maior e mais amplo que ultrapassem o lucro, as atividades da empresa devem gerar resultados positivos nos aspectos sociais e ambientais. Para que esses objetivos sejam alcançados as empresas precisam se manter transparentes e éticas com seus funcionários, clientes, fornecedores, governo, comunidade, meio ambiente entre outros (CARDOSO, 2008).

Em outras palavras a responsabilidade social consiste em as empresas não assistirem imparcialmente à avalanche de desafios existentes no país. É se importar com as questões que vão além dos muros das empresas e de seus negócios, como as diferenças sociais, respeito à diversidade, qualidade da saúde e educação, a preservação do meio ambiente (LOVATELLI,

2007). Existem algumas diferenças entre ação social, investimento social privado e responsabilidade social empresarial, conforme trazem Gelman e Parente (2008) na figura 6:

AÇÃO SOCIAL	INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO	RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Foco: Comunidade • Ações: Pontuais • Característica: assistencialismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Foco: comunidade • Ações: planejadas (definição de públicos estratégicos, foco de atuação, etc.) • Característica: desenvolvimento social foco nos resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Foco: todos os públicos de interesse da empresa • Ações: planejadas • Característica: desenvolvimento geral, foco nos resultados, alinhamento estratégico com o negócio da empresa.

Figura 6 – Ação Social X Investimento Social Privado X Responsabilidade social Empresarial

Fonte: GELMAN; PARENTE (2008).

A responsabilidade social tem mais relação com o conceito de investimento social privado do que o conceito de ação social. A diferença mais relevante é que as iniciativas devem estar de acordo com a estratégia de negócio da empresa e que beneficie todos os públicos de interesse da empresa, não apenas a comunidade (GELMAN; PARENTE, 2008).

Trata-se de um termo que abrange temas que vão desde os códigos de ética, práticas de boas condutas na gestão, compromissos públicos assumidos pela empresa, gestão e prevenção de riscos, até mecanismos anticorrupção, diversidade, apoio às mulheres e aos não-brancos, também a extensão desses compromissos por toda cadeia produtiva que se envolve na relação com os fornecedores (INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2007).

A adoção de uma estratégia geral de responsabilidade social traz algumas vantagens enumeradas na figura 7:

1. Contribui decisivamente para a perenidade das empresas, uma vez que diminui sua vulnerabilidade ao reduzir desvios de conduta e possíveis sanções por parte dos <i>stakeholders</i> ;
2. Promove a imagem e reputação das empresas, sobretudo junto aos clientes e às comunidades locais em que suas sedes estão implantadas;
3. Fortalece a coesão corporativa, conquistando talentos e cultivando um relacionamento duradouro com clientes e fornecedores;
4. Faz com que os projetos sociais sejam agregados como valor aos produtos ou serviços prestados
5. Opera como fator inovador para alcançar o sucesso empresarial;
6. Concilia a eficácia econômica com preocupações sociais;

7. Fomenta novo pacto social entre empresas, sociedade civil e Estado.
--

Figura 7 - Vantagens de adotar estratégia geral de responsabilidade social

Fonte: SROUR (2003).

Há empresas que ainda não compreenderam que a responsabilidade social não quer dizer doação ou terceirização de investimento social. Tem a ver com gestão, atitude. É a busca constante na melhoria de seus processos e produtos, e alinhá-los à realidade ambiental, manter bons relacionamentos, ser transparente e ético para garantir a sobrevivência e sustentabilidade de seus negócios e também do ambiente e da sociedade no qual a empresa faz parte (SALVIATTO, 2006).

Há também empresas que ao primeiro sinal de crise diminuem sua atuação social, justamente nos momentos que os desafios se agravam. Diante disso, é necessária mudança de postura, porque são exatamente os momentos difíceis os mais propícios para as empresas atuarem nas questões sociais, chamando atenção da sociedade e ao mesmo tempo agregando valor à sua imagem, deixando de lado a visão imediatista e focando nos resultados a longo prazo, pois as empresas que não se atentam a essas questões estão fechando os olhos para o futuro (LOVATELLI, 2007).

3 METODOLOGIA

Este trabalho trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória, descritiva, guiada por abordagem essencialmente qualitativa, porém utilizando de estatística descritiva. Na etapa exploratória realizou-se, inicialmente a pesquisa bibliográfica e documental, pois se estudou os conceitos sobre o tema, e se utilizou de um documento interno, o código de ética da empresa pesquisada. Foram analisadas e descritas as percepções dos gerentes e colaboradores da rede de lojas Tropical, a cerca do código de ética utilizado na empresa. Para identificar as percepções aplicou-se um instrumento semiestruturado composto de 24 questões fechadas, 5 para descrever o perfil dos respondentes e 19 questões para identificar percepções sobre questões centrais, organizadas em escala Likert de 6 pontos, incluindo a possibilidade de não resposta (SCR: sem condições de responder), onde aplicou-se nessas questões a análise de frequência e moda, enquanto que para as questões abertas foram feitas 19 questões, onde utilizou-se a análise de conteúdo categórica (VERGARA, 2010; APPOLINÁRIO, 2006; MARTINS, 2007; THEÓPHILO, 2008).

Face à coleta de dados *in loco*, esta ocorreu mediante aplicação de 6 (seis) entrevistas individuais junto aos gestores e colaboradores da organização pesquisada em Cacoal. Neste

mesmo período foram enviados questionários semiestruturados, com perguntas abertas e fechadas por *e-mail* para 32 (trinta e dois) funcionários das demais lojas localizadas nas cidades de Vilhena, Ji-paraná, Ariquemes, Guajará Mirim e Porto Velho, dos quais foram 6 (seis) respondidos completamente (4 respondentes da cidade de Ji-paraná, 1 de Ariquemes e 1 de Porto velho), totalizando 12 (doze) respondentes.

Quanto ao perfil dos pesquisados, destaca-se que 10 respondentes são do sexo masculino e 2 do sexo feminino, tendo a maioria a faixa etária de 25 a 40 anos, entre os 12 (doze) respondentes 5 são gestores, e 7 são colaboradores.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

A pesquisa foi aplicada na rede de Lojas Tropical uma empresa que abriu suas portas em Ji-Paraná no ano de 1983 por seu fundador empresário Celso Vieira. Suas atividades tiveram início com a venda de equipamentos para instalações, atendendo supermercados, lanchonetes, açougues, padarias, sorveterias e demais estabelecimentos, tendo como seu público principal empresários de médio e pequeno porte de Rondônia e mais timidamente do Acre. Em 2001 ampliou sua área de atuação, passando a trabalhar também com peças de reposição para atender às empresas já clientes e aos refrigeristas da região. Em outubro de 2017, registrava-se 60 colaboradores diretos envolvidos em toda estrutura da empresa, já com um portfólio com mais de 5.000 produtos para revenda. A rede de Lojas Tropical é uma empresa referência, sólida e respeitada em todo o estado, tendo o mesmo CNPJ há 34 anos, o que mostra toda a sua seriedade e ética no mercado.

Em primeiro momento foi perguntado aos entrevistados se a empresa divulga de forma ampla o código de ética para os funcionários e demais interessados, e de que maneira é divulgado. Como resultado, observou-se que 9 entrevistados concordaram totalmente com a afirmação salientando a maioria que a divulgação é feita quando o funcionário é contratado, utilizando-se de uma apostila impressa ou digital, e também em reuniões periódicas.

A respeito, Andrade (2011) considera importante que as empresas tornem público os códigos de conduta, pelo entendimento de que permitem que todos *Stakeholders* conheçam suas intenções e seus objetivos. Nota-se no caso estudado, que há conhecimento por parte dos entrevistados da existência de um código de ética, pois nas contratações de novos funcionários a empresa se preocupa em apresentar o documento o qual é lido e assinado para demonstrar concordância aos termos estabelecidos.

Ressalta-se que Nalini (2013) considera ideal que o código de ética leve em conta mais do que o relacionamento entre empregados com empresa, deve se considerar as relações com todos os públicos, também as situações que envolvam empresa e comunidade, a mídia, o governo e os *stakeholders*. Analisando o código de ética da organização é possível notar que o documento trata da relação entre funcionário e cliente, também funcionários e fornecedores, e apresenta apenas um tópico que trata das relações comerciais, percebendo-se a carência de conteúdos que tratam da relação com os demais públicos que são comunidade, mídia, governo entre outros.

Para Moreira (2002) existem alguns elementos que fazem com que o código de ética seja efetivamente cumprido, o primeiro consiste na criação de um canal de comunicação destinado a receber e a processar relatos de pessoas (empregados ou não) sobre eventuais violações. Quando perguntados sobre quais os canais de comunicação utilizados na empresa para eventuais denúncias, foram mencionados o *facebook*, telefone e *e-mail*, e 8 dos entrevistados disseram que as denúncias são feitas diretamente para o gerentes ou encarregados de cada setor. O que mostra que a empresa não dispõe de um canal específico para denúncias, porém os funcionários entendem que têm livre acesso com seus superiores para denunciar quando se fizer necessário.

No quesito treinamentos e revisão das práticas ofertados pela empresa para identificar dilemas éticos, Moreira (2002) diz que os treinamentos devem ser no mínimo anuais dos conceitos que compõem o código de ética e também deve haver um sistema de revisão e verificação do devido cumprimento. Para este quesito, 3 entrevistados responderam não haver treinamentos, 4 não souberam responder e 5 afirmam que os treinamentos são realizados nas reuniões que são feitas durante o ano. Exemplificando tal resultado, apresenta-se a resposta em que um dos entrevistados menciona que: R10 (gestor): “Todo ano é apresentado aos colaboradores o planejamento estratégico, onde reiteramos sobre o código de ética e os comportamentos esperados”. Observa-se que apesar de não haver treinamentos focados nos dilemas éticos, a empresa se preocupa em revisar o código de ética anualmente.

Quanto às punições, Moreira (2002) salienta que deve haver tomada de atitudes corretivas ou punitivas (inclusive com demissões, quando for o caso, ou rescisões de contrato com agentes) em caso de constatações de violações. Quando perguntados se o código de ética da empresa prevê penalidades, 9 entrevistados concordaram totalmente. Dentre as penalidades mencionadas, destacam-se a advertência verbal e escrita, suspensão e demissão indicando estar de acordo com o que diz o autor. Também são questionados se as más condutas devem

ser denunciadas, os 12 entrevistados responderam que sim, e 9 destes acreditam que denunciar eleva a chance do código ser efetivamente cumprido. Corroborando para tal resultado, um dos entrevistados afirma que R:9 (gestor) “A denúncia é parte fundamental no processo, pois está previsto no código de ética que quem não denuncia uma falta ética é conivente com o ato!”. Percebe-se que uma das vantagens em aderir ao código de ética é que o funcionário se sente amparado pelo documento, o que facilita as denúncias serem feitas.

Também ao serem questionados se os funcionários consideram mais responsáveis pelo cumprimento do código quando assinam, e se o código de ética na prática estimula o comprometimento do funcionário, 11 entrevistados concordam que o fato de assinar o código os tornam mais responsáveis por cumpri-lo, registrando-se que 1 dos funcionários encara isso como uma exigência burocrática. Onze entrevistados também acreditam que o código de ética na prática estimula o comprometimento dos funcionários, como é possível verificar na resposta de um deles R10 (gestor): “Creio que tem estimulado além do comprometimento profissional, até mesmo a vida pessoal de cada um”. Isso converge com o que Whitaker (2008) frisa sobre ser necessário que este documento reflita na vida das pessoas que fazem parte da empresa, porque a ética não está na empresa ou no guia de conduta imposto, mas sim na excelência das pessoas que a representam e vivem os princípios e valores amparados em seu código de ética. É possível entender que na percepção dos gestores e colaboradores que outra vantagem na implantação de um código de ética é estimular o comprometimento dos funcionários e influenciar comportamentos éticos dentro e fora da empresa.

Os respondentes foram questionados se há envolvimento dos gestores na elaboração e atualização do código de ética, 10 entrevistados responderam que sim. Quanto à forma de participação, 8 dos entrevistados mencionam que eles participam em reuniões de planejamento estratégico todos os anos, um deles salienta que R9 (gestor): “O código de ética da empresa é pautado e discutido durante o P.E. [Planejamento Estratégico] da empresa havendo participação de toda a liderança em seu desenvolvimento e análise posterior”. Tal resposta está em conformidade com o que diz Nalini (2013), pois para ele é fundamental que os representantes de cada setor da empresa façam parte da criação ou atualização do código de conduta ética, por meio de discussões, coleta de opiniões e consulta de exemplares aprovados por outras empresas, ou seja, trata-se de um trabalho coletivo.

Ao serem questionados se a participação dos gestores no processo de elaboração ou atualização do código de ética contribui para sua aplicação, 10 respondentes concordam totalmente que sim, 1 concorda muito, e outro não soube responder.

Quando perguntados de qual seria a importância dos gerentes na elaboração ou atualização do código de ética, cada entrevistado respondeu conforme sua opinião. Expostas na figura 8.

R1 (colaborador): É importante para repassar para os demais funcionários.
R2 (colaborador): Não respondeu
R3 (colaborador): Saber o que está acontecendo em cada filial.
R4 (gestor): Maior responsabilidade no cumprimento.
R5 (colaborador): Essa importância seria porque eles também atuam na empresa, devem estar atualizados para qualquer conflito ou má conduta seja repudiada, sabendo aplicar o código de ética.
R6 (colaborador): Não sei informar.
R7 (gestor): Muito importante pois os gestores tem mais informações a passar.
R8 (colaborador): Super importante, os pensamentos de cada um, contribuem para um código de ética sempre aperfeiçoado.
R9 (gestor): É de suma importância, pois com vários pontos de vistas e experiências diferentes fica mais fácil criar uma discussão baseada em bons argumentos.
R10 (gestor): Total importância, os gestores devem ditar o ritmo do que é percebido como valor dentro da empresa.
R11 (colaborador): É de total importância.
R12 (gestor): Importante, visto que, estamos dia a dia com funcionários em filiais.

Figura 8 – Qual a importância dos gerentes na elaboração ou atualização do código de ética.

Fonte: Gestores e colaboradores da rede de Lojas Tropical

É perceptível que os funcionários consideram importante a participação dos gerentes na elaboração ou atualização do código de ética uma vez que acreditam que aumentam a responsabilidade, os mantêm atualizados para repassar as informações para os demais funcionários, além disso, podem dar sugestões e dicas, pois conhecem a realidade da empresa tornando o código de ética cada vez mais aperfeiçoado. Whitaker e Arruda (2007) concordam expondo que o código de ética deve ser aprimorado com sugestões e críticas com a participação de todos os envolvidos. Entende-se que outro benefício na aplicação do código de ética na empresa é o envolvimento dos gestores que por meio de suas experiências auxiliam dando dicas para o aprimoramento das relações de trabalho. Contudo Arruda, Whitaker & Ramos (2001) diz que é importante não só a participação dos gestores, mas do maior número de pessoas de diferentes setores, desde a alta administração até os cargos operacionais, para que de fato o código de ética supra toda necessidade da empresa.

Ao serem questionados se os funcionários levam em conta o comportamento ético da empresa para pautar seus comportamentos, 7 concordaram totalmente, 3 concordaram muito e 1 concordou pouco. Arruda *et al.* (2003) confirma dizendo que empresa que adota condutas éticas no seu ambiente de trabalho, também influencia o comportamento dos demais, pois a conduta ética gera uma visão de perspectiva que resulta em um natural desejo de tomar iniciativas para atender às necessidades da empresa e dos indivíduos que nela convivem, demonstrando sensibilidade ética.

Morris (1998) afirma que o indivíduo que é inserido em uma empresa que não adota comportamentos éticos, tende a se comportar da mesma maneira. A teoria se confirma, pois os entrevistados em quase sua totalidade responderam que o comportamento ético da empresa é levado em conta para influenciar os comportamentos individuais.

Os respondentes também foram questionados se o código de ética auxilia na resolução de conflitos e de que forma isso acontece. Dos entrevistados 8 concordam totalmente, 3 concordam muito e 1 concorda pouco. Para Moreira (2002) a existência desse código impede que os julgamentos subjetivos distorçam, dificultem ou limitem a aplicação plena dos princípios. Além disso, o código de ética pode servir como prova legal de que a empresa se propôs a seguir os padrões e preceitos nele estabelecidos. Para os entrevistados o código de ética mostra o caminho, esclarece os deveres, obrigações e suas consequências. Também é considerado uma forma de coibir maus costumes, pois dá exemplo de como agir com ética. Dois dos entrevistados complementam dizendo que R8 (colaborador): “Geralmente quando dois funcionários estão em discordância por algo antiético, o código serve para mostrar a questão que está sendo discutida e mostrar quem está enquadrado no mesmo”. E o outro diz R9 (gestor): “O código de ética estipula normas de conduta claras e simples de serem entendidas por todos sem dificuldade, isso reduz discussões desnecessárias quanto a quem está certo perante certas atitudes”. Entende-se assim, que auxiliar na resolução de conflitos, coibir maus comportamentos, esclarecer deveres, obrigações e consequências são vantagens identificadas na aplicação do código de ética na empresa.

No campo de observações consideradas importantes que diz respeito ao tema em estudo, destaca-se três respondentes que expõe suas opiniões à respeito das práticas de conduta ética utilizadas pela empresa. Expostas na figura 9.

R4 (gestor): O código de ética é de grande importância na empresa, para tornar clara e objetiva e ter como base as punições amparadas pela lei.
R6 (colaborador): Acredito que com certeza tem sim que existir um código de ética em uma empresa, para conseguir definir atitudes corretas e errôneas dos funcionários.
R10 (gestor): O código de ética tem sido útil no decorrer da existência da empresa servindo de norte para o comportamento da equipe, contudo sua prática é muito mais social do que punitiva, a base para um código é a moralidade e o comportamento, esse que buscamos incentivar assiduamente para desenvolver cada um dos colaboradores como pessoa além de profissional.

Figura 9- Considerações importantes sobre o tema na opinião dos entrevistados.

Fonte: Gestores e colaboradores da rede de Lojas Tropical

Entende-se que através das respostas dos entrevistados que o código de ética é considerado de grande importância e tem contribuído nas relações de trabalho, como um meio de tornar as regras da empresa claras e objetivas, facilitando o entendimento dos usuários,

dessa forma definindo atitudes que consideram corretas e erradas dos indivíduos e servindo de norte para bons comportamentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo adotou uma linha de investigação voltada aos usuários do código de ética, entendendo que, se o código pretende influenciar o comportamento dos indivíduos, é adequado verificar o ponto de vista destes, em relação ao assunto.

O desenvolvimento do estudo possibilitou uma análise de como as práticas convencionadas nos códigos de conduta ética tem contribuído para a melhoria das relações de trabalho na rede de Lojas Tropical na percepção dos gestores e colaboradores, se há conhecimento acerca dessas práticas, e quais as vantagens e desvantagens encontradas na aplicação de um código de conduta na organização.

A pesquisa conseguiu atingir os objetivos específicos, pois de um modo geral pois pode-se verificar que os gestores e colaboradores da organização pesquisada demonstram conhecer o código de ética instituído na empresa e percebem algumas vantagens na aplicação desse código como incentivar as denúncias, estimular o comprometimento dos funcionários, influenciar comportamentos éticos dentro e fora da empresa, auxiliar nas resoluções de conflitos, coibir os maus comportamentos e esclarecer aos indivíduos os deveres, obrigações e suas consequências. Por outro lado, como desvantagens, não foram identificados quesitos a serem discutidos.

Os resultados dessa pesquisa também revelam por meio das perguntas abertas do questionário obtendo-se que os pesquisados acreditam que o código de ética tem contribuído nas relações de trabalho, como um meio de tornar as regras da empresa claras e objetivas, dessa forma definindo atitudes que consideram corretas e erradas e servindo de norte para bons comportamentos, permitindo assim que o objetivo geral dessa pesquisa fosse alcançado.

Cabe esclarecer que o estudo teve como limitação, o tamanho da amostra dado o número de instrumentos que retornaram completamente respondidos. Isso leva a outras reflexões sobre os potenciais motivos da não participação de todos os sujeitos para os quais foram enviados os instrumentos.

Como contribuição o presente estudo pontua considerações relevantes sobre a importância da ética nas relações de trabalho. Para a empresa alvo o estudo possibilita verificar quais as percepções de seus funcionários a cerca do código de ética, se há

conhecimento, aceitação e comprometimento no sentido de cumprir o que foi estabelecido. O estudo também desperta para ênfase a ser dada à carência de conteúdos identificada no código de ética da empresa, propiciando adequações que segundo a teoria proporciona melhores resultados.

Os resultados obtidos nesta pesquisa também podem ser interessantes para as empresas envolvidas na implantação de seus programas de ética, pois destacam-se os pontos considerados positivos pelos funcionários da empresa pesquisada que podem servir de exemplo de como essas práticas são vistas pelos usuários do código de ética.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Zilda Aparecida Freitas de. **Gestão da ética nas organizações:** possibilidades aos profissionais de relações públicas e comunicação organizacional. 2010. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes – ECA, Universidade de São Paulo, 2010.

ANDRADE, Zilda Aparecida Freitas de. **Código de Ética como instrumento na Gestão da Ética nas Organizações.** 2011. Universidade Estadual de Londrina-UEL, Londrina, PR, 2011.

APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência:** Filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco.** Texto Integral. Tradução Pietro Nassetti. Editora Martin Claret, 2007.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodriguez. **Fundamentos de ética empresarial e econômica.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

_____, M.C., WHITAKER, M.d., & Ramos, J.M. (2001). **Fundamentos de ética empresarial e econômica.** São Paulo: Atlas.

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável:** da teoria à prática. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

BOFF, Leonardo. **Ética e moral:** a busca dos fundamentos. Petrópolis: Editora Vozes, Rio de Janeiro, 2010.

CAMARGO, Marculino. **Ética na empresa.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2006.

CARDOSO, Roberta. **Responsabilidade social e o varejo.** 2008. Disponível em: www.eticaempresarial.com.br. Acesso em: 12 de Ago. 2017.

CHERMAN, Andréa; TOMEI, Patrícia Amélia. **Códigos de ética corporativa e a tomada de decisão ética: instrumentos de gestão e orientação de valores organizacionais?.**

Revista de Administração Contemporânea [online], v. 9, n. 3, p. 99-120, 2005. ISSN 1982-7849. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552005000300006>>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

CORTELLA, M.S. (2013). **Qual é a sua obra?** Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética. Petrópolis: Vozes.

CORTINA, Adela; MARTINEZ, Emilio. **Ética**. São Paulo: Loyola, 2005.

DELBONO, Benedita de Fátima. **Responsabilidade Social e ambiental**. Londrina : editora e distribuidora educacional. S/A. 2016. 200 p.

FELISBERTO, Bruno Gomes; WATANABE, Melissa; GIANEZINI, Miguelangelo; MUELLER Rafael Rodrigo; LOPES, Gisele Silveira Coelho. *Ética e código Bushidô para uma conduta empreendedora*. **Revista Pretexto**, v. 16, n. 2, p. 50-58, 2015. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/viewFile/2277/pdf_48>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

FLACH, Leonardo. **Comportamentos antiéticos nas organizações: relatos ligados à inveja, mentira, fofocas e assédio moral**. 2007. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/GPR-B2793.pdf>>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

FREUND, J. E.; SIMON, G. A. **Estatística aplicada**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GELMAN, Jacob Jacques; PARENTE, Juracy. **Varejo Socialmente responsável**. Recurso eletrônico – Porto Alegre, Bookman, 2008. Disponível em: <https://books.google.com.br>. Acesso em 18 de Ago. 2017.

GRENZ, Stanley J.; SMITH, Jay T. **Dicionário de ética**: mais de 300 termos e idéias definidos de forma clara e concisa. Tradução Alipio Correio de Franca Neto, Glasfira Antas, Sandra Mara França. São Paulo: Editora Vida, 2005.

HUMBERG, Mario Ernesto. *Ética organizacional e relações públicas*. **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas**, São Paulo, v. 5, n.8, p. 89-98, jan./jul. 2008.

HUMBERG, Mario Ernesto. **O profissional e a ética empresarial**. In: KUNSCH, Margarida M. K. (Org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006. p. 81-88.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS. **Pesquisa código de ética corporativo, 2009**. Disponível em: <<http://www.feitopropaganda.com/etica2/pesquisa.pdf>>. Acesso em: 01 Mai. 2017.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Formulação e implantação de código de ética em empresas**: reflexões e sugestões, 2000. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/etica_internet.pdf>. Acesso em 01 Mai. 2017.

_____. **Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social empresarial**. Versão on line . São Paulo, Junho de 2007. Disponível em: www.3ethos.org.br. Acesso em: 18 de

Ago. 2017.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes e outros Escritos**. Tradução: HOLZBACH, Leopoldo. São Paulo: Editora Martin Claret, 2003. Título original: *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*.

KAUARK, Fabiana; MANHÃES, Fernanda Castro; MEDEIROS, Carlos Henrique. **Metodologia da pesquisa**: guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

LOURENÇO, André Eduardo Godói. **Código de ética no contexto das pequenas empresas**. Dissertação de mestrado em Administração, 2015. Disponível em: <http://www.faccamp.br/new/arq/pdf/mestrado/Documentos/producao_discente/AndreEduardo.pdf>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

LOVATELLI, Carlo. **Responsabilidade social**: quando a empresa faz parte da solução. 2007. Disponível em: www.eticaempresarial.com.br. Acesso em: 15 de Ago. 2017.

MARTINS, Érika Balbo; GABRIEL, Karen. **A importância da ética nas relações de trabalho**. 2012. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.funvicpinda.org.br:8080/jspui/bitstream/123456789/89/1/MartinsGabriel.pdf>>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

_____. Gilberto de Andrade. Estudo de caso: **uma estratégia de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MONTEIRO, Janine Kieling; ESPIRITO SANTO, Fabiana Cobas do; BONACINA, Franciela. *Valores, ética e julgamento moral: um estudo exploratório em empresas familiares*. **Psicol. Reflex. Crit.** [online], v. 18, n. 2, p. 237-246, 2005. ISSN 0102-7972. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-79722005000200012>>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

MOREIRA, Joaquim Manhães. **A ética Empresarial no Brasil**. São Paulo: Editora Pioneira Thomson Learning, 2002.

TRASFERETTI, José. **Ética e responsabilidade social**. Campinas, São Paulo: Editora Alinea, 2011.

MARTON, Rosilene. **A importância da ética nas organizações**. 2003. Disponível em: www.empresarial.com.br. Acesso em: 20 de Ago. 2017.

MASIP VICIANO, Vicente. **Ética, caráter e personalidade**: Consciência individual e compromisso social. São Paulo: E.P.U., 2002.

MATTAR NETO, João Augusto. **Filosofia e ética na administração**. São Paulo: Saraiva, 2010.

MAXIMIANO, A.C.A. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

MORRIS, Tom. **A nova alma do negócio**: Como a filosofia pode melhorar a produtividade de sua empresa. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

NALINI, José Renato. **Ética Geral e profissional**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

OLIVEIRA, Victor Miranda de; SOUZA, Marcela de; MARIANO, João Paulo Lanini; PONTES, Ana Valéria Vargas. **O código de ética como uma ferramenta que agrega valor** - Um estudo das empresas Juniores Confederadas em Minas Gerais. 2013. Disponível em: <<http://www.inovarse.org/node/976>>. Acesso em 19 de Jun. 2017.

PASSOS, Elizete. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2006.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico / Cleber Cristiano Prodanov, Ernani Cesar de Freitas. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

QUEIROZ, Helena Maria Gomes ; DIAS, Andrea Ribeiro ; PRADO, Tarles Lemos do. **Código de Ética**: Um Instrumento que adiciona Valor, Estudo comparado em três instituições Bancárias. 2008. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APS-C1166.pdf>>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

REZENDE, Frederico Pifano; CASTRO, Janine Mattar Pereira de. **Ética na empresa**: o indivíduo e suas relações no trabalho. 2011. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/30514556.pdf>>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

ROCHA, Marcelo Ribeiro. **O papel da ética no RH das organizações**, 2009. Disponível em: <<http://www.eticaempresarial.com.br/>>. Acesso em: 18 de Jun. 2017.

SALVIATTO, Cibele. **Responsabilidade social ou corporativa?**. 2006. Disponível em: www.eticaempresarial.com.br. Acesso em: 15 de Ago. 2017.

SARMENTO, Antonio Carlos Capeletti; FREITAS, Jorge Augusto de Sá Brito e; VIEIRA, Paulo Roberto da Costa. **Códigos de Ética Empresarial**: uma Análise de Fatores que Influenciam sua Efetividade. 2008. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR-B563.pdf>>. Acesso em: 19 de Jun. 2017.

SILVA, Vaner Guimarães da; GOMES, Josir Simeone. *O uso do Código de Conduta Ética como instrumento de controle gerencial: estudo de casos em empresas internacionalizadas*. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, Florianópolis, v. 5, n. 10, p. 111-128, nov. 2009. ISSN 2175-8069. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2008v5n10p111>>. Acesso em: 19 jun. 2017.

SOUZA, Marcia Cristina Gonçalves. **Ética no ambiente de trabalho**. 2010. Disponível em: www.eticaempresarial.com.br. Acesso em: 20 de Ago. 2017.

SOUZA, Michael Aires. **Aristóteles**: a felicidade como sabedoria prática. 2011. Disponível em: <<https://filosofonet.wordpress.com>> Acesso em: 01 de Maio de 2017.

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial: a gestão da reputação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

_____. **Poder, cultura e ética nas organizações: o desafio das formas de gestão**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2005.

_____. **Ética Empresarial: a gestão da reputação**. Rio de Janeiro : campus. 2003.

SUNG, Jung Mo. **Conversando sobre ética e sociedade**. Petrópolis: Vozes, 1995.

ROSSONI, Estela Pitwak. **O desenvolvimento de competências na formação do administrador: um estudo na Universidade Federal de Rondônia**. Porto Alegre, RS, 2013. Tese de doutorado em Administração do Programa de Pós Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

TELLES, Antonio Carlos A. **Competência ética e os códigos de conduta. Ética empresarial**, 2008. Disponível em: <www.eticaempresarial.com.br>. Acesso: 21 mai. 2017.

VÁZQUEZ. Adolfo Sánchez. **Ética**. Rio de Janeiro. Editora Civilização brasileira. 2010. 302 p.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

WHITAKER, Maria do Carmo. **A ética das empresas está na excelência humana**. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS. Pesquisa código de ética corporativo. 2008. Disponível em: <http://etica4.tempsite.ws/images/PDF_INTERNET.pdf>. Acesso em: 15 de maio 2017.

_____. **Ética nos negócios: a base da atuação responsável e o passaporte para a sustentabilidade**, 2009. Disponível em: <<http://www.eticaempresarial.com.br/>>. Acesso em: 18 de Jun. 2017.

_____. **Porque as empresas estão implantando códigos de ética?**. 2002. Disponível em: <<http://www.eticaempresarial.com.br/>>. Acesso em: 18 de Jun. 2017.

_____. **Ética empresarial**. 2003. Disponível em: <<http://www.eticaempresarial.com.br/>>. Acesso em: 20 de Ago. 2017.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Prezado (a) Senhor (a),

Sou acadêmica do 8º período do curso de Ciências Contábeis da Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR e solicito sua participação respondendo às questões a seguir, possibilitando assim, o desenvolvimento do meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), cujo tema é **“AS ORGANIZAÇÕES E A ÉTICA NAS RELAÇÕES DE TRABALHO: Um estudo na rede de Lojas Tropical no estado de Rondônia”**.

Por isso, pedimos que as responda voluntariamente e com seriedade, ao passo que informamos que os dados coletados serão tratados com sigilo, responsabilidade e ética, e a identificação do participante só será necessária para esclarecer eventuais dúvidas da pesquisadora quanto ao preenchimento deste instrumento de pesquisa.

Nossos sinceros agradecimentos pela sua participação,

Andréia Rodrigues Soares – acadêmica e pesquisadora

Prof^ª. Dr^ª. Estela Pitwak Rossoni – Professora e orientadora

1 Dados gerais quanto ao perfil do pesquisado:

1.1-Sexo:

☐ MASCULINO

☐ FEMININO

1.2- Escolaridade:

☐ Fundamental Completo

☐ Médio Completo

☐ Superior Incompleto

☐ Superior Completo

☐ Pós Graduado (a)

1.3- Idade:

☐ De 20 a 25 anos

☐ De 25 a 30 anos

☐ De 30 a 40 anos

☐ Mais de 40 anos

1.4- Cargo Função

☐ Gerência

☐ Vendas

☐ Auxiliar administrativo

☐ Motorista

☐ Zeladoria

☐ Outro. Qual? _____

1.5) Tempo De Serviço

☐ Menos de um ano

☐ De 1 a 3 anos

☐ De 3 a 5 anos

☐ De 5 a 10 anos

☐ 10 ou mais

1 QUESTÕES CENTRAIS:

Assinale a alternativa que mais lhe parece adequada de uma escala de 1 a 6 de (discordância/concordância), sendo 1 a maior discordância em relação a cada afirmação e 6 a maior concordância, como segue:

1 – Discordo Totalmente

2 - Discordo Muito

3 – Discordo Pouco

4 – Concordo Pouco

5 – Concordo Muito

6 – Concordo Totalmente

SCR – Sem Condições de Responder

Afirmação	1	2	3	4	5	6	SCR
2.1 A empresa divulga de forma ampla o código de ética para os funcionários e outros interessados.							
2.2 A empresa dispõe de canal de comunicação específico para que funcionários e outros agentes possam efetuar eventuais denúncias.							
2.3 Existe na empresa um comitê de ética em funcionamento.							
2.4 É importante a existência do comitê de ética para que os funcionários percebam a seriedade da empresa em tratar sobre as questões éticas.							
2.5 A empresa faz avaliação específica do desempenho ético dos funcionários.							
2.6 Existem treinamentos periódicos para ajudar os funcionários a identificar dilemas éticos na prática.							
2.7 A empresa é aberta a sugestões e dicas a respeito das normas adotadas no seu código de ética.							
2.8 Há envolvimento de todos os gestores na elaboração ou atualização do código de ética.							
2.9 A participação dos gestores no processo de elaboração ou atualização do código contribuem para sua aplicação.							
2.10 Existe na empresa uma declaração clara das responsabilidades éticas do funcionário para cada descrição de cargos.							
2.11 Os empregados prestam atenção no comportamento ético da empresa e levam isto em conta para pautar seu comportamento.							
2.12 O código de ética prevê penalidades para os casos de não cumprimento do mesmo.							
2.13 As ações punitivas e de repúdio contra Possíveis problemas éticos são divulgadas junto aos demais funcionários.							
2.14 Quando ocorre uma conduta antiética, a punição é igual para todos os funcionários.							
2.15 As más condutas sempre devem ser denunciadas.							
2.16 É importante recompensar ou punir os comportamentos dos empregados em função da conformidade com o código de ética.							
2.17 Os empregados consideram-se mais responsáveis pelo cumprimento do código perante a empresa pelo fato de terem assinado o documento.							
2.18 O código de ética é meio extremamente importante para estimular o comprometimento do colaborador para com a organização.							
2.19 O código de ética serve como parâmetro para a resolução de conflitos.							

3 Questões Complementares:

3.1 De que forma é feita a divulgação do código de ética da empresa? _____

3.2 Quais os canais de comunicação disponíveis para eventuais denúncias na empresa?_____

3.3 Como funciona o comitê de ética na empresa?_____

3.4 A existência de um comitê de ética influencia a exigência de boas condutas dentro da empresa, _____ ou _____ é irrelevante?_____

3.5 Como é feita a avaliação do desempenho ético dos funcionários?_____

3.6 Quais os treinamentos oferecidos pela empresa para identificar dilemas éticos?_____

3.7 Você já deu alguma sugestão ou dicas a respeito das normas adotadas no código de ética? Quais?_____

3.8 De que forma os gestores participam na elaboração ou atualização do código de ética?_____

3.9 Qual a importância dos gestores na elaboração ou atualização do código de ética?_____

3.10 Cada cargo possui uma descrição clara de suas responsabilidades no código de ética? Explique._____

3.11 Os empregados se atentam ao comportamento ético da empresa e levam isto em conta para pautar seu comportamento ou agem independentemente?_____

3.12 Cite alguma penalidade sofrida por algum empregado prevista no código de ética._____

3.13 Como são divulgadas as punições de atitudes antiéticas dentro da empresa junto aos funcionários?_____

3.14 As punições contra condutas antiéticas, são feitas de maneira justa para todos os cargos Explique._____

3.15 Denunciar as más condutas, contribui para elevar a chance de o código ser efetivamente cumprido ou é irrelevante? Explique. _____

3.16 A recompensa e punição são consideradas relevantes pelos empregados ou o comportamento ético é visto como obrigação e apenas a punição tem sentido? _____

3.17 Os empregados consideram-se mais responsáveis pelo cumprimento do código perante a empresa pelo fato de terem assinado o documento ou encaram isso como uma exigência burocrática sem sentido? _____

3.18 Na prática o código de ética estimula o comprometimento dos empregados? _____

3.19 De que forma o código de ética auxilia na resolução de conflitos? _____

Observações/Explicações Espontâneas consideradas importantes e que mereçam atenção em relação ao tema da pesquisa.
